

**УДК 658.1**

**ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ФАКТОР  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Харчишина О. В., к. е. н., доцент  
Національний університет харчових технологій,  
Кафедра економіки і права, докторант**

Організаційна культура є основою потенціалу будь-якого підприємства. В сучасній теорії менеджменту склалось уявлення про організаційну культуру як «... систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, які взаємодіють між собою ... і проявляються в поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища» (В. Співак). Вона пронизує всю організацію як по вертикалі, так і по горизонталі, є одночасно продуктом життєдіяльності підприємства і фактором, який обумовлює параметри ефективності такої діяльності. Таким чином, організаційна культура створює позитивний морально-психологічний клімат і є основою для формування позитивного іміджу і бренду підприємства.

За умов високої конкуренції саме організаційна культура може дати підприємству значні економічні переваги. Адже в сучасних умовах, коли підприємства мають рівні можливості у використанні передових технологій, забезпеченні високого рівня якості продукції, залученні позичкового капіталу, саме організаційна культура стає тим фактором, який визначає конкурентоспроможність і унікальність компанії.

Зокрема, за даними досліджень, які проводяться протягом 15 років американськими вченими Д. Денісоном і В. Нілом, існує тісний взаємозв'язок між рівнем організаційної культури і зростанням обсягу продажу, ринкової частки, якістю товарів і послуг, ступенем задоволеності споживачів та

прибутковістю компанії. Іншими словами, взаємозв'язок організаційної культури і конкурентоспроможності є тісним і вагомим, а тому організаційна культура повинна стати основним об'єктом уваги керівників підприємств і організацій.

Організаційна культура має складну, багаторівневу побудову. Подібна трактовка ґрунтується на розробках відомого фахівця в цій галузі Е. Шейна, який запропонував описувати культуру, виділяючи такі її рівні як: 1) базові уявлення (несвідомі, самоочевидні переконання, на яких базуються цінності і поведінка персоналу); 2) проголошені вірування і цінності, які знаходять своє вираження у стратегіях, цілях, філософії, баченні і дають можливість досягнути організаційної ефективності; 3) артефакти, тобто очевидні структури, процеси, ознаки, характеристики. Ці складові є рівнозначними, послідовно взаємопов'язаними блоками, перший з яких (базові уявлення) є основою для створення і розвитку наступних рівнів; перші два рівні є невидимою частиною культури, а третій - видимою.

Аналіз різноманітних підходів до розуміння суті організаційної культури дозволяє виділити такі найвагоміші її елементи: 1) цінності, місія і філософія компанії; 2) герої, легенди, ритуали, символи; 3) норми, процедури, правила і критерії; 4) стиль управління, система комунікацій, система управління персоналом; 5) фірмовий стиль, імідж, бренд компанії як роботодавця та товарний бренд (бренди).

Отже, організаційну культуру слід розглядати як нематеріальний актив, який в сучасних умовах часто має не менше значення, ніж матеріальні активи підприємства. Вважаємо, що при формуванні організаційної культури керівництву підприємства слід зосередити увагу на: 1) відборі потенційно лояльного персоналу, 2) навчанні персоналу необхідним навикам, 3) делегуванні повноважень і розширенні сфери відповідальності, розвитку лідерства, 4) створенні адекватної системи оцінки результатів роботи персоналу і системи винагород.

Реєстраційна картка учасника  
V Міжнародної науково-практичної конференції  
**«ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ»**

Прізвище, ім'я, по батькові Харчишина Олена Володимирівна

Науковий ступінь кандидат економічних наук

Вчене звання доцент

Посада докторант кафедри економіки і права

Установа Національний університет харчових технологій, м. Київ

Адреса (для листування) 10004, м. Житомир, вул. Соснова 36 -Г

Телефон дом. 8-0412-24-69-79, моб. 8-067-42-32-576

Е-mail consultcentre@gmail.com

Тема доповіді Організаційна культура як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах

Назва секції Менеджмент підприємств